

Artículo de investigación E23A12. ❖ Proyecto: “Caracterización de los emprendedores de Esquel (Chubut) y de su incidencia en el desarrollo de mercados locales”, Contrato del proyecto: PI 1524, Resolución R/9 N° 330/2019.
❖ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. ❖ Recibido: 12.02.2023. ❖ Aprobado versión final: 07.07.2023. JEL: M11, M12, O14, O15, B59. pp. 113-133 ❖ doi: 10.33571/teuken.v14n22a6

Aporte de nuevos emprendimientos al desarrollo de mercados locales y generación de empleo. El caso de Esquel, Chubut, Argentina

María Victoria Fernández - Silvia Mabel López – Juan Pablo Luna –
Mariana Gauna Lavayén – María Celeste Ramírez

ARGENTINA

Resumen: la discusión sobre las contribuciones económicas y socioculturales que la creación de empresas brinda al desarrollo y el enriquecimiento de los mercados locales es vasta. La ciencia ha estudiado aspectos referidos a la generación de empleo, la producción, la revitalización de los tejidos productivos regionales, la conformación de redes y creación de sinergias inter e intrasectoriales, la canalización de energías creativas de la población y la articulación de necesidades locales, entre otras. Este trabajo procura evaluar estos aportes para una muestra de pequeños emprendimientos de hasta siete años de vida en Esquel. Los resultados son favorables en relación con el empleo, la innovación y la diversificación productiva y de menor alcance en términos de independencia de mercados externos para la provisión de insumos y del local para la obtención de ingresos.

Palabras clave: emprendimiento; desarrollo local; redes; entramado productivo; empleo.



María Victoria Fernández es Licenciada en Economía, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), Especialista en Docencia Universitaria, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO). Está vinculada a la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Delegación Esquel como Profesora Adjunta de la Facultad de Ciencias Económicas, Jefe de Trabajos Prácticos de la Facultad de Ingeniería. Es Investigadora categoría IV.

Contacto mvfernan@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-5162-8357

Silvia Mabel López es Ingeniera Agrónoma, Especialista en Desarrollo Rural, Magíster Scientiarum agrariarum; actualmente se desempeña como Profesora Adjunta de Planeamiento y Evaluación de Proyectos; Auxiliar docente Estadística en la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Delegación Esquel. Directora del Proyecto de Investigación del cual se deriva el artículo.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com

ORCID 0000-0002-4109-5347

Juan Pablo Luna es Lic. en Humanidades y Ciencias Sociales. Docente auxiliar en Epistemología y Docente Auxiliar en Lógica y Metodología de las Ciencias, Facultad de Ciencias Económicas de la UNPSJB y miembro de la Unidad Ejecutora del Proyecto de Investigación del cual se deriva el artículo.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com

ORCID 0000-0002-6181-0934



Contribution of new businesses to the development of local markets and generation of employment. The case of Esquel, Chubut, Argentina

Abstract: The discussion about economic and socio-cultural contributions that the creation of companies offers to the development and enrichment of local markets is vast. Science studied aspects related to the generation of employment and production, the revitalization of regional productive fabrics, the formation of networks and the creation of inter- and intra-sectoral synergies, the channeling of creative energies of the population, and the articulation of local needs, among others. This work evaluates these contributions on a sample of small enterprises of up to seven years of life in Esquel. The results are favorable regarding employment, innovation, and productive diversification and, to a lesser extent, in terms of independence from external markets for the supply of inputs and from the local market for obtaining income.

Keywords: entrepreneurship; local development; networks; productive framework; employment.

Contribuição de novos negócios para o desenvolvimento de mercados locais e geração de emprego. O caso de Esquel, Chubut, Argentina

Resumo: é vasta a discussão sobre os contributos económicos e socioculturais que a criação de empresas oferece para o desenvolvimento e enriquecimento dos mercados locais. A ciência estudou aspectos relacionados com a geração de emprego e produção, a revitalização dos tecidos produtivos regionais, a formação de redes e a criação de sinergias inter e intrasetoriais, a canalização de energias criativas da população e a articulação das necessidades locais, entre outros. Este trabalho avalia estas contribuições em uma amostra de pequenas empresas com até sete anos de vida em Esquel. Os resultados são favoráveis em termos de emprego, inovação e diversificação produtiva e, em menor medida, em termos de independência dos mercados externos para o fornecimento de insumos e do mercado local para a obtenção de rendimentos.

Palavras-chave: empreendedorismo; desenvolvimento local; redes; quadro produtivo; emprego.



Mariana Gauna Lavayén es Licenciada en Sociología. Actualmente es Profesora en la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Delegación Esquel.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com ORCID 0000-0003-2458-8825

María Celeste Ramírez es Licenciada en Administración y Especialista en Docencia Universitaria. Actualmente es Profesora de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Delegación Esquel, en la materia de Administración Aplicada. Auxiliar Docente de primera categoría de Planeamiento y Evaluación de Proyectos.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com ORCID 0000-0001-5174-3099



Introducción

El emprendimiento es un campo de estudio que analiza el proceso de creación de empresas y la figura del emprendedor, que es quien asume el riesgo de llevar adelante un negocio. Estos actores se insertan en un contexto económico, institucional, social y cultural que puede generar estímulos o dificultar su creación y permanencia. Algunas investigaciones reconocen que la creación de nuevas empresas brinda cierto dinamismo a las economías regionales porque genera actividad económica, crea puestos de trabajo y promueve sinergias entre sectores mediante la conformación de redes. Existe una amplia discusión acerca de los aportes concretos de estos procesos; este artículo se propone analizar algunos de estos en la localidad de Esquel, ciudad situada en la zona central de la cordillera de la provincia de Chubut, Patagonia argentina. Específicamente, el objetivo del presente trabajo es identificar el rol de los emprendedores en la economía local, a partir de la incidencia de sus emprendimientos en la generación de empleo y autoempleo y el desarrollo de los mercados locales.

En relación con la creación de empleo y autoempleo, se indagó acerca del potencial de estos emprendimientos como generadores de oportunidades laborales. Como fuente de aporte al desarrollo de los mercados locales se consultó sobre innovación, el origen del abastecimiento de insumos y materias primas, el alcance de la cobertura territorial en relación con la comercialización de sus productos o servicios y la vinculación entre pares, para observar si dinamizan o revitalizan el entramado productivo y si aportan a la diversificación de bienes y servicios que se ofrecen en la economía.

La información sobre estos aspectos brinda a las instituciones públicas y privadas conocimiento de base para establecer políticas de desarrollo territorial, con el fin de estimular o fomentar la creación de empresas y potenciar el efecto que estas nuevas empresas puedan tener, en la configuración del entramado productivo local y regional.

Breve descripción del contexto

Esquel es una ciudad de 32.758 habitantes (según Censo Nacional de Población y Vivienda de 2010), la más poblada del oeste de la provincia, que se constituye como lugar de asentamiento de la administración pública nacional y provincial en la cordillera y que, junto con la zona de la comarca del paralelo 42, son las principales áreas proveedoras de bienes y servicios de la zona cordillerana. Las principales actividades económicas que se desarrollan son el comercio, el turismo y la administración pública. En las zonas periféricas rurales, tiene presencia la actividad agrícola-ganadera, principalmente ovina, bovina, forestal y la producción de fruta fina, lo que hace de Esquel el principal centro de abastecimiento de estos emprendimientos productivos. Los emprendimientos urbanos se caracterizan por ser empresas pequeñas

y medianas, varias de estas de origen familiar con un importante aporte de población migrante.

La principal fuente de empleo asalariado depende del sector público (37%), ya que es la cabecera de las instituciones en la región oeste, además constituye el asentamiento de organizaciones del sector privado, mayormente perteneciente al sector servicios (14%) y comercio (12%) (Kantis *et al.*, 2016, p. 45). Estudios realizados en la zona por la Secretaría de emprendedores y de la Pyme (Kantis *et al.* 2016, p.47) dan cuenta de que la localidad posee un elevado valor de capital humano emprendedor.

La fundación de la ciudad se consolidó entre 1904 y 1906 y, desde sus inicios, fueron diversos los procesos migratorios los que configuraron el poblamiento en la primera mitad del siglo XX. A los primeros pobladores argentinos, chilenos, galeses e indígenas mapuche- tehuelches, se sumaron inmigrantes italianos, sirios y libaneses, croatas y yugoslavos, entre otros (Macchi, 2022, p. 242; Oriola, 2009, p. 13). A partir de 1970, con la construcción de la presa Hidroeléctrica Futaleufú, se asentaron personas de otras provincias de Argentina. En las últimas 50 décadas, la región Patagónica ha recibido corrientes migratorias que provienen en su mayoría de centros urbanos más poblados (Torrado, 1992, p. 89), lo que brinda una vasta oportunidad para ampliar la oferta hacia actividades que promuevan la diversidad cultural, al tiempo que tienen el desafío de la convivencia con lo tradicional. Datos del Censo Nacional 2010 indican que la población de Chubut nacida en otra provincia, ascendía al 25,5 % (Dirección Nacional de Población, 2020).

Zunino *et al.* (2016, p. 163), en la Patagonia chilena, y Matossian (2015, p. 15), en Bariloche, reflexionan acerca de los efectos de la migración por estilo de vida y de amenidad, en la transformación económica local, respectivamente. Esquel posee similares características a las regiones que estudian estos autores. Matossian (2015, p. 21) plantea que, por su carácter turístico, Bariloche se presenta como un destino atractivo para el tipo de movilidad reconocido como migración de amenidad, es decir, la migración desde metrópolis a ciudades pequeñas del interior, especialmente destinos de montaña, cuya calidad ambiental es percibida como superior a la de su lugar de residencia anterior.

Zunino *et al.* (2016, p. 168 a 169) encuentran que la población migrante es particularmente activa al encabezar diversas iniciativas en beneficio propio y de la localidad de acogida, lo que la hace una fuente de innovación cultural y factor de transformación a escala local; ello ha contribuido al surgimiento de espacios 'de creación e innovación' con una creciente población joven que busca impulsar emprendimientos en los que se distinguen acciones a favor del medio ambiente, proyectos educacionales alternativos, prácticas agrícolas sustentables, iniciativas de comercio justo y promoción de entendimiento y cosmovisiones no occidentales sobre la naturaleza y la conciencia. Ellos, a su



vez, necesitan acoplarse a la cultura local, a las nociones de comunidad y al desarrollo económico (Zunino *et al.*, 2016, p. 169).

Marco teórico

El emprendimiento es un campo teórico que se encuentra en desarrollo y que durante las últimas cinco décadas ha cobrado mayor interés porque estudios empíricos han demostrado que la fundación de empresas genera efectos positivos en el desarrollo de las economías que las albergan. Van Praag y Versloot (2008, p. 65) analizaron los avances en investigaciones y datos empíricos recabados publicados en revistas indexadas de renombre, con la intención de determinar cuál es la contribución de los emprendedores a la economía. En su análisis encontraron los siguientes tópicos sobre los que se puede organizar dicha producción científica: a) generación de empleo y su dinámica, b) innovación, c) aportes al producto bruto y al crecimiento económico y d) rol del emprendedor en el crecimiento de los niveles de utilidad individual.

Desde el enfoque del desarrollo local sostenible, a los aspectos económicos abordados por estos autores se les considera los más relacionados con una visión de largo plazo asociada a la cuestión social, cultural y medioambiental, con lo que se busca priorizar aspectos como la equidad y el cuidado de los recursos naturales. Además de hacer mención a la generación de empleo y la innovación, autores como Kantis y Federico (2012, p. 23) resaltan que la creación de empresas tiene la capacidad de promover aspectos relacionados con la revitalización de los tejidos productivos y el relanzamiento de los espacios regionales, al canalizar también las energías creativas de la sociedad.

Kim y Kim (2021, p. 41) realizaron un estudio de caso, en el que constatan que las empresas de rápido crecimiento lograron un impacto distintivo en lo local, en comparación con las empresas de crecimiento lento de organización local. Estas últimas son las que permitieron mejoras persistentes en aspectos económicos, porque emprendimientos de este tipo tienen la capacidad de articular necesidades locales con los recursos y actores disponibles, con lo que se crean sinergias que mejoran la perspectiva a nivel regional. Con motivos similares, Kantis y Federico (2012, p. 24) propusieron que, en el caso de regiones menos desarrolladas, se consideren también los aportes de los emprendimientos que tienen un crecimiento más lento, además de aquellos más dinámicos.

Con los objetivos de crecimiento y adaptación al medio, se analiza la conformación de redes y asociación entre emprendedores como un elemento que potencia el desarrollo de las regiones, debido a que permiten dinamizar los objetivos de crecimiento individuales y reforzar la asociación de empresas y concertación entre diferentes actores locales, con lo que se estimulan propuestas concretas de adaptación ante los cambios estructurales (Uribe *et al.*, 2013, p. 653).

Desde el punto de vista estratégico, los gobernantes de los países en desarrollo han puesto su confianza en los pequeños emprendedores como creadores de empleos, generador de progreso y riqueza, y como mecanismo que incrementa la capacidad de producción, el bienestar de la sociedad y el crecimiento económico (Solórzano-Arévalo *et al.*, 2020, p. 383). De esta forma, el fomento de la creación de empresas o el desarrollo de la cultura emprendedora, tal como la define Uribe *et al.* (2013, p.652), es una herramienta de política disponible para impulsar el desarrollo económico local.

En los últimos años, el gobierno nacional ha intervenido en forma activa con la intención de fortalecer y desarrollar el ecosistema emprendedor a nivel regional, mediante programas como Ciudades para Empezar, iniciado en 2016 en un grupo de ciudades de 25.000 a 200.000 habitantes (Ministerio de Producción, 2016, p. 4 y 13); y más recientemente el denominado Redes para empezar, lanzado en 2022, que brinda fondos destinados al acompañamiento de un grupo de emprendimientos y crea espacios de capacitación para emprendedores entre otros.

A nivel local, el Municipio de Esquel creó una incubadora de empresas y un centro de servicios de infraestructura productiva para emprendimientos, denominado Centro de Apoyo a la Producción de Esquel y la Comarca (CAPEC). El CAPEC cuenta con una carpintería industrial, oficinas de capacitaciones y *coworking*, y una sala de alimentos con habilitación nacional, en la que múltiples emprendimientos locales pueden elaborar alimentos no cárnicos y comercializarlos en cualquier lugar del país. También creó una incubadora de empresas de base tecnológica el Centro de Investigación y Extensión Forestal Andino Patagónico (CIEFAP), con laboratorios y recursos técnicos especializados. La Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, con sede en Esquel, trabaja activamente en la promoción de las vocaciones emprendedoras. Y, por medio de instituciones locales, se canalizaron diversos financiamientos directos de escala semilla, financiados a través del Estado nacional. Además, las organizaciones mencionadas coordinan sus actividades de promoción a través de la Agencia de Desarrollo Regional Esquel, una asociación civil creada para tal fin.

Metodología

El objeto de estudio de la investigación lo constituyen los emprendedores. Para determinar su rol en el desarrollo de las economías locales, se realizó un relevamiento en el período julio-agosto de 2021, mediante una encuesta semiestructurada autoadministrada a través de la plataforma Google Forms, compuesta por 28 preguntas.

Esta metodología fue la elegida para poder cumplir con las restricciones de circulación impuestas en nuestro territorio nacional durante la pandemia relacionada con el virus covid-19. Esto generó algunas dificultades porque limitó el diseño del cuestionario y requirió de un mayor esfuerzo de parte de



los investigadores para alcanzar la cantidad de casos necesarios para lograr la significatividad en las respuestas.

Para definir el objeto de estudio, se consideró la Ley 27.439 (2017) de Apoyo al capital Emprendedor, que reconoce como 'emprendedora' a toda persona que dé inicio a nuevos proyectos productivos en la República Argentina, o desarrolle y lleve a cabo un emprendimiento. Y define 'emprendimiento' como a cualquier actividad, con o sin fines de lucro, desarrollada en el territorio nacional por una persona jurídica nueva o cuya fecha de constitución no exceda los siete años. Asimismo, en investigaciones previas sobre la temática, se ha definido como 'emprendedora' a toda persona que transita el proceso de identificar, evaluar y aprovechar oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios; y que, a partir de sus competencias personales y de interacción con el contexto, en un marco de incertidumbre, logra combinar recursos, superar dificultades y establecer vínculos con actores del entorno (César *et al.*, 2016, p. 4).

La muestra constituida por 62 emprendedores fue seleccionada al azar de una base de datos proporcionada por la Secretaría de Hacienda y Finanzas de la Municipalidad de Esquel, que incluía a todos los emprendimientos inscritos en la Secretaría en los últimos 7 años y que permanecían en actividad a la fecha del relevamiento. Se seleccionaron emprendimientos en cuatro rubros definidos por el equipo investigador:

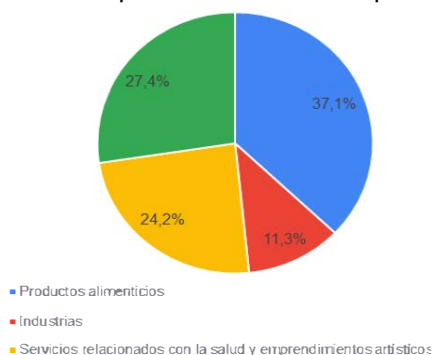
1. Productos alimenticios: elaboración y venta de panificados, pastas, pollerías, carnicerías, embutidos, braserías, viandas, heladerías, *food trucks* (vehículos que venden alimentos elaborados).
2. Industrias: textiles, de la construcción, carpinterías y aserraderos, fábricas variadas, elaboración de bebidas.
3. Servicios relacionados con la salud, deporte, estética y arte: belleza, estética, salud, gimnasios, ópticas y espacios culturales.
4. Otros servicios: servicios para automotores, transportes, servicios financieros, gráficos, educativos y otros.

No se analizaron los emprendimientos turísticos porque ya fueron estudiados en investigaciones anteriores (Fernández *et al.*, 2019; López *et al.*, 2019), aunque se comparan algunos resultados de estos con los obtenidos en el presente estudio. De acuerdo con el estudio realizado por el GEM (2016, p. 47), en Argentina el 63,2% de los nuevos emprendimientos pertenecen al sector orientado al consumidor y apuntan a un mercado que sirve a los clientes directamente con productos y servicios que incluyen ventas al por menor, vehículos de motor, alojamiento y restaurantes, servicios personales, educación y servicios recreativos, lo que genera un mayor interés en el aporte que puede realizar el presente trabajo, porque es representativo de estos.

Descripción general del objeto de estudio y las características de sus emprendimientos

En la composición de la muestra (figura 1), se mantuvo la proporcionalidad en relación con la distribución de las altas por rubro de la Municipalidad en los sectores seleccionados. La mayoría de los emprendimientos son microempresas y se dedican a la elaboración y venta de productos alimenticios (37,1%) y los de menor incidencia son los dedicados a la industria (11,3%).

Figura 1. Composición de la muestra por rubros



Fuente: elaboración propia

Los emprendedores consultados tuvieron una edad promedio de 41,55 +/- 1,88 años ($1-\alpha = 0,95$), el más joven de 28 y el mayor de 56 años. El 33% nació en Esquel y el resto en su mayoría proviene de otros lugares del país, habiéndose radicado en la zona entre 1971 y 2015, lo que indica que en mayoría se trató de migrantes. El 60% fueron varones. En general, el nivel de instrucción es elevado, en comparación con la media de la población local donde el 17,5% tiene estudios de nivel superior (Kantis *et al.* 2016, p. 44), pues en este caso más del 95% tiene nivel secundario finalizado o superior y un 50% tiene estudios de nivel superior completados.

En la muestra, que es representativa a nivel global, hay sectores cuyos datos no resultan estadísticamente significativos para realizar comparaciones o concluir objetivamente acerca de diferencias con otros sectores, como es el caso del sector industrial, uno de los menos representativos de la actividad local y con pocas observaciones en el estudio (7 casos).

Resultados del análisis de las variables seleccionadas

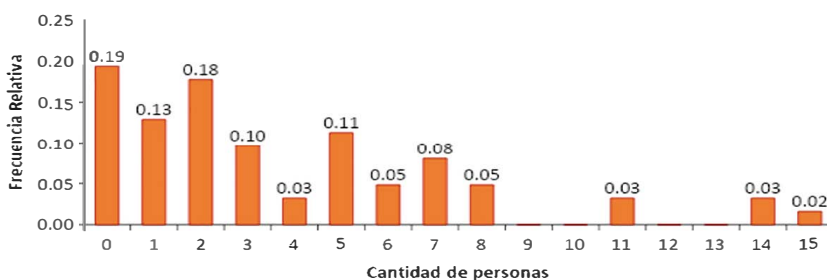
Para analizar los aportes a la economía local, a partir del marco teórico propuesto, se consideraron aspectos económicos como la generación de empleo y los aportes a la innovación, y aspectos sociales vinculados con el desarrollo local, como la canalización de energías creativas de la población, la revitalización de los tejidos productivos, la articulación de necesidades locales



y las sinergias generadas a partir de la conformación de redes y asociación entre emprendedores.

En el primer aspecto, y en consonancia con la teoría, observamos que si bien estos emprendimientos son mipymes, además de brindar las posibilidades de autoempleo de quién emprende, crean puestos de trabajo o, en algunos casos, oportunidades de desarrollo personal a terceros. Este es el caso de emprendimientos relacionados con el área de salud, educación no formal, actividad física y cultural, que ofrecen espacios físicos en los que otros profesionales, artistas o hacedores culturales desarrollan su actividad en forma independiente. Esta tarea permite diversificar la oferta de actividades disponibles para la población. Si analizamos los aportes concretos, se observa que el 19% corresponde a emprendimientos unipersonales y que el 41% generan hasta 3 oportunidades de empleo: un 32% entre 4 y 8 y un 8% generan entre 11 y 15 oportunidades laborales (figura 2).

Figura 2: Cantidad de personas que trabajan en el emprendimiento, además del emprendedor.



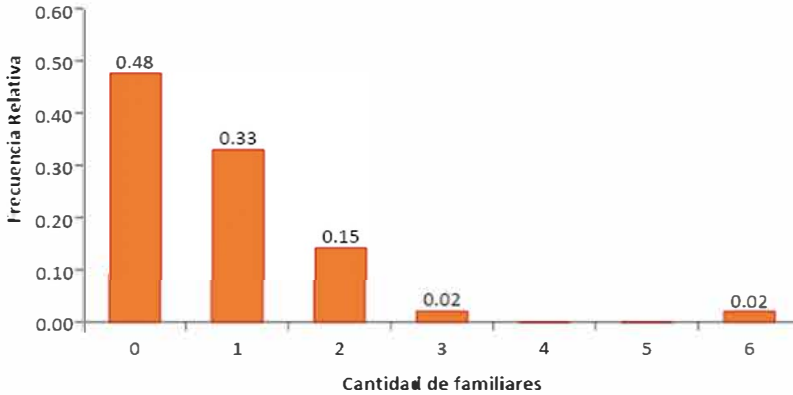
Fuente: elaboración propia

En promedio, estos emprendimientos crean $3,76 \pm 0,95$ ($1-\alpha = 0,95$) puestos de trabajo u oportunidades de empleo con una desviación estándar de la muestra de 3,71 puestos de trabajo. En concreto, unos 62 emprendimientos generan puestos de trabajo o espacios que brindan trabajo a 233 ± 58 personas, además del emprendedor.

Dadas las características de los emprendimientos que son de pequeña escala, es interesante analizar la generación de empleo familiar. En este sentido, en promedio cada emprendimiento incorpora $0,813 \pm 0,32$ ($1-\alpha = 0,95$) familiares (y un desvío de 0,159 familiares) en sus planteles de trabajadores, con una observación máxima de 6 familiares. Este número, en comparación con lo observado en la actividad turística analizada en investigaciones anteriores (Fernández *et al.*, 2019, p. 176) es levemente inferior, ya que en el turismo la participación promedio de familiares es de 1,7 puestos de trabajo. Si analizamos los casos en concreto, el 48% no trabaja con familiares en el emprendimiento, mientras que, en el caso del sector turístico, este número alcanzaba al 38% (figura 3).



Figura 3. Cantidad de familiares que participan en el emprendimiento



Fuente: elaboración propia

Al consultar por la predisposición a contratar mano de obra, aquí aparecen opiniones encontradas en igual proporción entre quienes participaron del relevamiento. Mientras que el 50% opina que contratar empleados le permite delegar tareas y enfocar la atención a la gerencia del negocio, el restante 50% considera que es mejor ser lo más autosuficiente posible para evitar incorporar empleados. En esta línea, entre las estrategias de gestión de negocio, el emprendedor no privilegia aquella referida a la contratación de manos de obra, siendo elegida apenas por el 22,6% de ellos (tabla 1).

En la tabla 1 se detallan las estrategias que privilegian los emprendedores en la gestión de su negocio. Se puede resaltar que en relación con la innovación y la oferta de productos, el 70,9% busca mejorar la calidad/diseño/prestación del bien o servicio que ofrece al mercado, el 17,7% de los entrevistados indicó que buscan generar productos que aporten valor cultural o diversifiquen la cultura local y, en igual proporción, que adoptan mejoras que se orientan a un público específico. Un 32,2% apuesta a una gestión más profesional de su empresa. Es preciso mencionar que esta pregunta es de respuestas múltiples, por lo que cada emprendedor pudo elegir más de una opción.



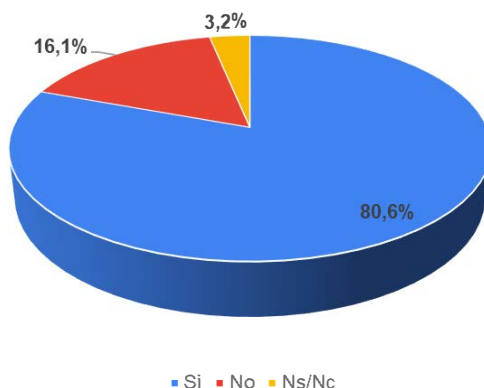
Tabla 1. Estrategias de administración del negocio que priorizan los emprendedores.

Estrategia	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Mejorar la calidad/diseño/prestación del bien o servicio que ofrezco al mercado	44	0,7097
Lograr una gestión más profesional de mi negocio	20	0,3226
Generar estrategias de crecimiento del negocio a partir de la incorporación de mano de obra	14	0,2258
Mantener un nivel de ingresos que me permitan sostener mi estilo de vida	13	0,2097
Generar redes o contactos que me vinculen con otros emprendedores	12	0,1935
Generar productos que aporten valor cultural o diversifiquen la cultura local	11	0,1774
Adoptar mejoras orientadas a un público muy especializado	11	0,1774
Total	125	2,0161

Fuente: elaboración propia

La creación de redes es una estrategia que prioriza el 19,35% de los emprendedores (tabla 1). Más allá de que esto sea una estrategia del emprendedor, el 80,6% de ellos se ha vinculado en algún momento con sus pares y otros emprendedores con el fin de resolver dificultades o potenciar oportunidades (figura 4).

Figura 4. Vinculación con pares y otros emprendedores



Fuente: elaboración propia

Los principales motivos por los que establecieron relación tienen que ver con la posibilidad de resolver problemas comunes, ampliar la oferta de productos/servicios, organizar eventos que promocionen sus productos o servicios, entre otras. En promedio, cada emprendedor expresa 2,5 motivos

de vinculación, siendo esta pregunta de respuestas múltiples donde cada emprendedor pudo elegir más de una opción (tabla 2).

Tabla 2. Motivos por los cuáles se vincularon con otros emprendedores

Motivos de la vinculación	Frecuencias absoluta	Frecuencias relativa
a) Resolver problemas comunes	29	0,4677
b) Ampliar la oferta de productos/servicios	20	0,3226
c) Organizar eventos que permitan la promoción del bien o servicio	20	0,3226
d) Sumar propuestas para mejorar la satisfacción del cliente	16	0,2581
e) Intercambiar conocimientos acerca de tecnología	13	0,2097
f) Lograr mayor representatividad sectorial ante las autoridades y organismos públicos	13	0,2097
g) Desarrollar nuevos productos	12	0,1935
h) Expandirme a otros mercados fuera del local	10	0,1613
i) Obtener beneficios en el acceso a insumos	10	0,1613
j) Lograr una mayor escala de producción y ampliar el mercado objetivo	4	0,0645
k) Obtener beneficios en el acceso a tecnología	4	0,0645
l) No me vinculé	4	0,0645
Total	155	2,5000

Fuente: elaboración propia

De la información obtenida en la tabla 2, se puede deducir que el principal motivo de vinculación entre emprendedores es la apuesta por generar estrategias de colaboración orientadas a satisfacer necesidades internas del emprendimiento (90% conformado por las opciones a, e, i y k). En segundo lugar, apuntan a generar mejoras en la oferta de productos y servicios enfocado a resolver las necesidades del cliente (un 77 % eligieron las opciones b, d y g). El tercer motivo pretende impulsar la promoción local y lograr un mayor alcance de su oferta en el mercado local y/o en otros mercados (el 54% optó por las opciones c, h y j). Un 21% se relaciona para obtener una mayor representatividad sectorial ante las autoridades y organismos públicos. Apenas el 6% de los emprendedores reconocen no relacionarse con otros pares.

La relación comercial con otros comercios locales o regionales en tanto demanda de insumos o materias primas crean dinámicas económicas que permiten la expansión de la actividad económica local y potencian la revitalización de los tejidos productivos. El 38,7% elige otros mercados para la compra de sus insumos o materias primas, el 30,6 % los compra a proveedores de Esquel y el 11% no tiene una estrategia definida. La opción 'otros' fue



elegida en su mayoría por quienes compran sus insumos en otras localidades y también en Esquel y en menor grado por quienes no precisan insumos o bien no desean revelar su estrategia (tabla 3).

Tabla 3. Forma en la que el emprendedor obtiene la mayor parte de sus insumos o materias primas

Cómo obtiene la mayor parte de los insumos para el emprendimiento	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Los compro fuera de la localidad	24	0,38710
Los compro a proveedores de Esquel	19	0,30645
No tengo una estrategia definida	7	0,11290
Produzco los insumos que necesito	4	0,06452
Otra	8	0,12903
Total	62	1,00000

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores observan a la población local como espacio de interés para el desarrollo de su emprendimiento y apuestan a responder a sus necesidades. El 79,03% apunta al mercado local, con lo que la oferta es repartida entre la búsqueda de innovación (43,55%) y lo tradicional (35,48%). Ningún emprendedor eligió como opción los mercados internacionales (tabla 4).

Tabla 4. Mercado hacia el que está orientado su emprendimiento

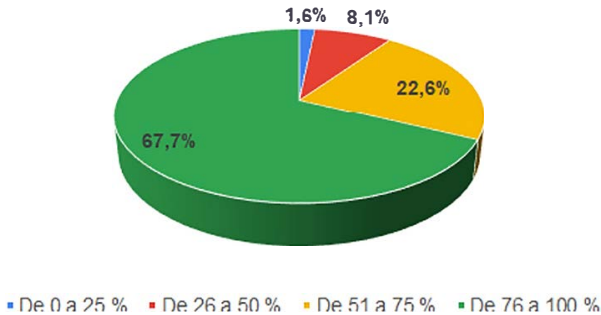
Mercado	Frecuencias Absolutas	Frecuencias relativas
Mercado local con producto servicio innovador	27	0,4355
Mercado local con producto servicio tradicional	22	0,3548
Mercado nacional con producto/servicio innovador	11	0,1774
Mercado nacional con producto/servicio tradicional	2	0,0322
Total	62	1,0000

Fuente: elaboración propia

En relación con la facturación, y en consonancia con el mercado en el que hacen foco, el mayor aporte de ingresos de estos emprendedores lo obtienen en el mercado local: el 67,70% de los emprendedores respondió que este representa entre el 76% y el 100% de sus ventas, el 22,58% seleccionó el rango que va desde el 51% a 75%, para el 8,10% representan entre el 26% y el 50%, y para el 1,6% de los emprendedores las ventas locales se encuentran entre el 0 a 25% (figura 5).



Figura 5. Porcentaje de las ventas que realizan en el mercado local



Fuente: elaboración propia

Discusión en torno de los valores observados y la evidencia teórica

A partir del análisis de un conjunto de variables y en confrontación con las contribuciones teóricas existentes, se procuró identificar los aportes que los emprendimientos de los sectores analizados realizan a la creación de empleo y desarrollo de los mercados locales.

El sector de la pequeña empresa y, por lo tanto, el trabajo por cuenta propia, se ha vuelto cada vez más importante para economías modernas de la OCDE en su intento de generar crecimiento económico y empleo (Thurik *et al.*, 2007; Valencia, 2012, p. 121; Solórzano-Arévalo *et. al*, 2020, p. 377). A nivel global, predomina esta tendencia en los sectores de industria y de servicios (Valencia, 2012, p. 112). En Argentina en particular, según estudios de la OCDE y OIT, el autoempleo representa el 23,3% de los puestos de trabajo creados (Valencia, 2012, p. 112).

Van Praag y Versloot (2008, p. 95) encuentran que existe evidencia científica para señalar que las pequeñas empresas tienen una contribución más alta a la generación de empleo en el corto y el largo plazo, aunque los puestos creados poseen una mayor volatilidad en comparación con los creados por las grandes firmas, debido a que muchas veces no perduran en el tiempo. En el sector turístico, Fernández *et al.* (2019, p. 176) observaron que el promedio de personas que trabajaron en los emprendimientos turísticos acompañando a los emprendedores es 3,4 personas, valor similar al obtenido en este trabajo, aunque con una mayor volatilidad en la cantidad de oportunidades laborales, dado que el coeficiente de variabilidad del sector turístico alcanza el 164,7% y en los otros sectores es del 98,7%.

La evaluación de la permanencia en el tiempo de estos emprendimientos escapa al análisis de este trabajo, pero al respecto existen otros estudios que lo abordan. Thurik *et al.* (2008) analizan la relación entre la tasa de desempleo y la de creación de empleo por cuenta propia y reconocen dos efectos: el



efecto 'refugio', que consiste en el aumento de la tasa de creación de empleos por cuenta propia en períodos de crisis económicas (aumento de la tasa de desocupación), y el efecto que denominan 'emprendedor', que consiste en la caída de la tasa de desempleo cuando se generan nuevos emprendimientos. Los efectos mencionados se relacionan en forma directa con la presencia de ciclos (períodos de depresión y expansión de las economías): por un lado, frente a una situación de desempleo creciente o dificultades para conseguir un trabajo remunerado, más personas se ven obligadas a generar un autoempleo, y, por otro, en períodos de expansión caracterizados por demanda creciente y prosperidad económica, aparecen nuevos emprendimientos.

Thurik *et al.* (2008) encuentran, en el análisis de datos de 23 países de la OCDE, que el efecto 'emprendedor' es más fuerte que el efecto 'refugio'. En mayor detalle, la potencia con que se observan los beneficios relacionados con la creación de empleo se asocian a las características de quienes emprenden, siendo los más efectivos aquellos denominados emprendedores por oportunidad (Lebendiker, 2013; Ley 27.439, 2017; López *et al.*, 2019; López *et al.*, 2021) y que pueden clasificarse como dinámicos o de estilo de vida (Kantis y Federico, 2012; Niels, 2013; Solórzano-Arévalo *et al.*, 2020). En Esquel, los emprendedores se caracterizan por ser orientados por oportunidad, con características asociadas a la clasificación de estilo de vida, en el caso del sector turístico (Fernández *et al.*, 2019, p. 177) y con una proyección de crecimiento moderada en las actividades aquí analizadas (López *et al.*, 2021, p.15). Otros autores analizan la variable 'nivel de instrucción de sus propietarios' (Uribe *et al.*, 2013, p. 663-664) como factor que, si es elevado, favorece a la supervivencia o el éxito de las nuevas empresas, y que es lo observado en este caso.

Un hecho distintivo observado entre los emprendedores del sector 'servicios relacionados con la salud y emprendimientos artísticos' (24,2% de la muestra, Figura 1) es que los emprendedores aportan espacios físicos que brindan oportunidades de desempeñar su *expertise* a otros profesionales y trabajadores independientes o cuentapropistas. El emprendedor invierte en un espacio que es aprovechado por este y rentado a terceros mediante la práctica colaborativa.

Se observa que esta modalidad permite diversificar o brindar creatividad y frescura a la oferta cultural, espacios de educación no formal o de cuidados de la salud. Estos espacios tienen características análogas al espíritu de los espacios de *coworking* que Castillho *et al.* (2017, p. 32) describen, como el uso de oficinas compartidas que ofrecen eficiencia operativa. El *coworking* como actividad es una promesa de compartir, pues un espacio significa una estructura física capaz de promover beneficios personales entre sus participantes. Consiste en una organización específica de las personas en torno al trabajo que, por su propia naturaleza, caracterizada por la colocalización de los actos económicos, lleva en algunos casos a la aparición de una pequeña comunidad altamente colaborativa. Las razones para unirse a

un espacio de *coworking* son principalmente dificultades al acceso al espacio propio, el contacto directo entre los miembros, la organización de eventos y el sentimiento de comunidad u 'hogar' que todo ello proporciona.

La innovación es considerada fundamental para el desarrollo. Existen varias definiciones de este concepto, aunque se consideró aquella que tiene un carácter enumerativo de la condición de innovar. Así, la innovación es sinónimo de cambio, a través del cual el conocimiento se convierte en la capacidad de elaborar algo nuevo: un producto, un proceso, un servicio, o proporcionar una utilidad diferente a algo que ya existe, al incorporar nuevas ventajas para el mercado o al producir un impacto en la sociedad, y al ser a la vez lo suficientemente creativo para transformar cada acontecimiento sea positivo o negativo en una oportunidad (Solórzano-Arévalo *et al.*, 2020, p. 385).

Entre los aspectos que rescatan van Praag y Versloot (2008, p. 102) sobre la capacidad de innovar, se cuenta que, si bien no existe una mayor tasa de inversión en innovaciones de parte de empresas más pequeñas, sí se observa que la introducción de cambios es más radical y se realiza con menores costos y de manera más sencilla en este tipo de empresas, lo que resulta en definitiva más eficiente. Es decir que si bien no poseen un alto impacto innovador, sus propuestas son más eficientes en términos de implementación. Por otro lado, GEM (2015, p. 49) evalúa el grado en que los emprendedores están introduciendo productos o servicios nuevos para algunos o todos los clientes y que son ofrecidos por pocos o ningún competidor.

En Argentina, el 22,2% de los emprendedores consideran a sus productos o servicios como innovadores. En este estudio aparecen aspectos a destacar al respecto: la innovación en producto y diversificación productiva aparece fuertemente entre las estrategias de administración de los negocios. El 70,97% busca mejorar la calidad/diseño/prestación del bien o servicio que ofrece al mercado, el 17,7% pretende generar productos que aporten valor cultural o diversifiquen la cultura local y el 17,7% busca ofrecer mejoras en el producto destinado a un público específico (esta pregunta es de respuestas múltiples, por lo que estas estrategias pueden ser mencionadas simultáneamente por el mismo emprendedor y no es correcto sumar los porcentajes). Además, un 61,29% desea ofrecer productos innovadores al mercado local y nacional, aunque con un menor alcance en este último.

Otro aspecto interesante es que un 67% de los emprendedores proviene de otras regiones. Zunino *et al.* (2016, p. 171) analizan los efectos migratorios por estilo de vida en la transformación económica local de la Patagonia chilena. En su estudio, rescatan la capacidad que tienen los migrantes para modelar el entorno en el que se insertan. Si bien siempre fue necesario un proceso de adaptación frente a la cultura local, los resultados de su estudio presentan que aun en lugares donde la sociedad fue tradicional y cerrada, se introdujeron espacios para realizar actividades emergentes y novedosas



promovidas por los migrantes que observan que 'todo está por hacer'. La irrupción de migrantes extranjeros en Chile abrió nichos de negocio que ampliaron la oferta de servicios a turistas y también para locales en aspectos asociados a nuevos movimientos culturales y otras actividades vinculadas con 'lo alternativo', en ámbitos de la salud, educación, cultura, etc., que enriquecen la oferta de actividades de la zona.

Estos nuevos emprendimientos se perciben como innovadores en el orden local y representan un aporte importante que dinamiza la actividad económica y que, en palabras de Kim y Kim (2021), tienen la capacidad de articular necesidades locales con los recursos y actores disponibles, al crear sinergias que mejoran la perspectiva a nivel regional y que se encuentran en línea con la definición de desarrollo económico local, si a este se lo considera como el procedimiento de evolución y transformación estructurada para aprovechar la capacidad regional de generar progreso, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población (Hernández y Julián, citados por Solórzano-Arévalo *et al.*, 2020, p. 382).

Unos de los aspectos a promover en Esquel, de acuerdo con Kantis *et al.* (2016, p. 49), es la conformación de redes entre empresarios y emprendedores locales. En este estudio, encontramos que la conformación de redes no es reconocida como estrategia de administración del emprendimiento, aunque sí se observa un alto grado de vinculación entre pares y emprendedores por más de dos motivos en promedio por emprendedor, aunque con fines muy variados. La conformación de redes ayuda a encontrar solución a problemas comunes y a lograr sinergias intra e intersectoriales, cuando las diferentes organizaciones y grupos están realmente dispuestos a trabajar juntos como un sistema y colaborar entre sí, y eso hace que todos sean más fuertes (Kim y Kim, 2021, p. 38).

En relación con la generación de actividad económica a nivel regional, no se observan del todo desarrollados los mercados de abastecimiento de insumos. Apenas el 31% de los emprendimientos se abastecen en mercados locales, y un 11% sólo lo hace en parte. Esta dependencia de otros mercados representa ingresos que se pierden para la comunidad. Al tiempo, la captación de ingresos a través de la oferta de productos en otras regiones es baja, porque el 67,7% de la facturación se realiza en su mayoría en Esquel (más del 75%), donde casi un 80% de los emprendimientos orientan su negocio a satisfacer necesidades locales, lo que tampoco se traduce en un flujo de ingresos para la región.

Conclusiones

En relación con los aportes al desarrollo del mercado de trabajo que pueden funcionar como amortiguadores de los períodos de ciclo y expansión, se reconoce interesante la generación de oportunidades laborales o de autoempleo. Dadas las características de los emprendedores analizados, que en su mayoría son por oportunidad, los aportes finales deberían ser

alentadores en término de creación de puestos de trabajo, según Thurik *et al.* (2008).

Los resultados evidenciaron la necesidad de explorar la caracterización de los tipos de emprendimientos de Esquel, dado que no responden sólo a emprendimientos individuales o mipymes, sino que parece haber otras modalidades de inversiones o de aplicación del capital productivo que posibilitan la generación de empleo independiente, vinculado particularmente con el perfil de emprendedores profesionales con características similares al *coworking*. Estos espacios estimulan la diversificación de la oferta de productos y la introducción de una mayor creatividad puesta al servicio de la innovación, a partir de la generación de espacios de trabajo colaborativo. Dado que la contratación de personal para la expansión del emprendimiento no es una política elegida por los emprendedores, puede ser favorable en este sentido el desarrollo de políticas dirigidas a promover la contratación en nuevos emprendimientos.

En relación con la innovación, de acuerdo con la percepción de los emprendedores, se observa una oferta de bienes y servicios que apuntan o que tienen por objetivo estratégico la innovación a nivel de producto y la diversificación de la oferta existente, al menos a nivel local; este hecho debería crear espacios dinámicos, en términos de desarrollo creativo y de diferenciación de producto, que permita gestionar habilidades para facilitar la supervivencia de los emprendimientos, mediante la conformación de redes y la consolidación de estrategias comunes. Es interesante poner en valor el aporte que la población migrante pueda realizar para la creación de nuevos espacios y actividades alternativas que signifiquen un aporte al intercambio y el desarrollo sociocultural de la comunidad y también que fomente el acompañamiento institucional y de las ONG del ecosistema, mediante estrategias de promoción de innovación abierta o conformación de redes.

En aspectos relacionados con la gerencia de los recursos, se observa que los emprendimientos poseen cierta dependencia de mercados externos para la provisión de insumos o materias primas, y del mercado local para la colocación de su producto final. Aunque el volumen del mercado local o el grado de desarrollo de la industria local puede ser la causa por la cual los emprendedores contactan a proveedores externos a la localidad, apuntar a políticas que fomenten un cambio de estrategia en esta dinámica ayudaría a mejorar el flujo de capitales, para que estos genere actividad económica dentro de la localidad, en los sectores seleccionados. Kim y Kim (2021, p. 52) proponen crear condiciones que estimulen la convivencia de empresas con objetivos diferenciados, como las de rápido crecimiento que precisan fondos líquidos de inversores que generalmente se encuentran fuera de la localidad para poder despegar en su actividad, y que apuntan al mercado externo con su oferta de productos o servicios, pero en convivencia con el entramado de empresas que se enfocan en satisfacer las necesidades locales y busquen arraigarse.



Otra alternativa es aprovechar las ventajas que brindan las TIC para la realización del trabajo remoto, que hace posible ofrecer bienes o servicios que excedan los límites locales, lo que permitiría potenciar aportes más allá de la generación de empleo. Esto oxigenaría y dinamizaría los flujos monetarios de la economía. Cabe mencionar que este trabajo no consideró al sector turístico, que representa un sector atractor de ingresos y que posee un reconocido efecto multiplicador para la localidad y es uno de los sectores representativos del aparato productivo de Esquel; podría ser de interés sumarlo a la hora de obtener conclusiones definitivas en este aspecto.

Referencias Bibliográficas

1. Castilho, M. y Quandt, C. (2017). Collaborative Capability in Coworking Spaces: Convenience Sharing or Community Building? *Technology Innovation Management Review*, 7(12), 32–42. <http://doi.org/10.22215/timreview/1126>
2. César, R., López, S., Ramírez, M., Fernández, M., Gauna, M., Gajardo, R., Domínguez, C., Felipe, J. y Garrido, T. (2016). Aportes al análisis del proceso emprendedor en el Sector Turístico de Esquel. VII Jornadas Patagónicas de Investigación y II Jornadas Patagónicas de Extensión en Ciencias Económicas. *Trabajos de Investigación y Extensión*. http://web2.sistemasfce.com.ar/home/images/stories/Jornadas_Inv-Ext_2016/Investigacion/013-Aportes_al_analisis.pdf
3. Dirección Nacional de Población. (2020). *Reporte de Estadísticas demográficas y sociales. Chubut*. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/report_e_chubut_final_0.pdf
4. Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2016, 2 de mayo). *Informe para América Latina y El Caribe 2015/16*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016-global-report>
5. Fernández, M., Ramírez, M., López, S., Gauna, M. y César, R. (2019). Caracterización de emprendedores y emprendimientos del sector turístico de Esquel, Argentina. *Teuken Bidikay* 10(15), 159-181. <https://doi.org/10.33571/teuken.v10n15a7>
6. Kantis, H. y Federico, J. (2012). Creación y desarrollo de nuevas empresas dinámicas. Construyendo puentes entre las necesidades de los emprendedores y las políticas de apoyo. En Kantis, Hugo (Coord.) *¿Emprendimientos dinámicos en América del Sur?: la clave es el (eco) sistema*. (pp. 23-38). Red Mercosur de Investigaciones Económicas.
7. Kantis, H., Federico, J., Menéndez, C. e Ibarra, Sabrina. (2016). Ciudades para emprender. Estudio diagnóstico de las condiciones de partida del Programa - Línea de base cohorte 2016. Ministerio de Producción – Presidencia de la Nación – Secretaría de Emprendedores y de la Pyme <https://prodem.ungs.edu.ar/icec/descargas/ciudades-para-emprender-2016/>
8. Kim, S. y Kim, A. (2021) Going Viral or Growing Like an Oak Tree? Towards Sustainable Local Development through Entrepreneurship. *The Academy of Management Journal*, 65 (5), 1709-1746. <https://doi.org/10.5465/amj.2018.0041>
9. Lebediker, A. L. (2013). Emprender, ¿sí o no? Cómo conocer el propio potencial emprendedor. En Svarzman, G. (Coord.). *Claves para emprendedores. Conceptos*

- básicos para planificar y desarrollar tu proyecto.* (pp. 11-28). Ministerio de Desarrollo Económico – Buenos Aires Ciudad.
10. Ley 27.439 de 2017. (2017, 21 de marzo). Congreso de la Nación Argentina. Boletín Oficial 33.604. <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/270000-274999/273567/norma.htm>
 11. López, S., Gauna, M., Fernández, M., Ramírez, M. y Cesar, R. (2019). Factores que influyen en el proceso emprendedor local. Apreciaciones de emprendedores turísticos de Esquel (Argentina). *Teuken Bidikay* 10(14), 171-192. <https://doi.org/10.33571/teuken.v10n14a8>
 12. López, S., Ramírez, C., Luna, J., Gauna, M. y Fernández, M. (2021). Aportes para la caracterización de emprendedores y emprendimientos de Esquel, Patagonia argentina. *Teuken Bidikay* 13(20), 127-148. <https://doi.org/10.33571/teuken.v13n20a7>
 13. Macchi, G. (2022). De mercachifles a bolicheros. Las redes comerciales de los sirios y libaneses en Patagonia. *Cuadernos del MUNTREF*, (3), 242-255.
 14. Matossian, B. (2015). Composición migratoria y complejidad en un área urbana fronteriza. Cambios y permanencias en Bariloche. En A. Barelli y P. Dreidemie (Comps.) *Migraciones en la Patagonia. Subjetividades, diversidad y territorialización* (pp.15-29). Universidad Nacional de Río Negro. <https://books.openedition.org/eunrn/517>.
 15. Ministerio de Producción – Presidencia de la Nación – Secretaría de Emprendedores y de la Pyme (2016). Ciudades para emprender. Guía de apoyo para Gobiernos Locales. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia-emprendedores-web-baja-1_0.pdf
 16. Niels, B. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and Its Impact on Entrepreneurship Research. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000033>
 17. Oriola, J. (2009, 28 a 31 de octubre). La construcción de la historia local en Patagonia: El caso de Esquel (ponencia). *XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue. <https://www.academica.org/000-008/899>
 18. Solórzano-Arévalo, R., Erazo-Álvarez, J., Narváez-Zurit, C. y Torres-Palacios, M. (2020) Emprendimiento e Innovación: Relación con el desarrollo local. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA* 5(3), 374-400. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i3.903>
 19. Torrado, S. (1992). *Estructura Social de la Argentina: 1945-1983*. Ediciones de la Flor.
 20. Thurik, A., Carree, M., van Stel, A., y Audretsc, D. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*, 23, 673-686. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.007>
 21. Uribe, J., de Pablo, J. y Bonilla, J. (2013) El desarrollo local y empresarial: la formación como factor básico para orientar al emprendedor. *Intangible Capital*, 9(3), 644-677. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.272>
 22. Valencia, G. (2012) Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. *Semestre Económico*, 15(32), 103-128. <https://doi.org/10.22395/seec.v15n32a4>



23. van Praag, C. y Versloot, P. (2008) The Economic Benefits and Costs of Entrepreneurship: A Review of the Research. *Research Foundations and Trends in Entrepreneurship* 4(2), 65–154. <http://dx.doi.org/10.1561/0300000012>
24. Zunino, H. Espinoza, L. y Vallejos, A. (2016) Los migrantes por estilo de vida como agentes de transformación en la Norpatagonia chilena. *Revista de Estudios Sociales* 55, 163-176. <https://doi.org/10.7440/res55.2016.11>

Para citar este artículo:	Fernández, M., López, S., Lavayén, M. y Ramírez, M. (2023). Aporte de nuevos emprendimientos al desarrollo de mercados locales y generación de empleo. El caso de Esquel, Chubut, Argentina. <i>Teuken Bidikay</i> , 14(22), pp. 113-133 doi: 10.33571/teuken.v14n22a6
---------------------------	--

Ge: AMV